

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII

Teil A: Exzellenz im Markenmanagement

Alexander Gedat, André Salfeld Betriebstypenmarkenführung mit Hilfe der Balanced Scorecard	3
Gustavo Möller-Hergt, Verena Vogel Preismanagement als Instrument der Markenpositionierung	19
Utho Creusen Messen – Stärken – Vision.....	37
David Woisetschläger, Heiner Evanschitzky Internationalisierung einer Marke.....	49

Teil B: Exzellenz im Vertriebsmanagement

Josef Hesse, Heiner Evanschitzky Vertrieb in der Konsumgüterindustrie.....	65
Kerstin Haase, Manfred Krafft Integration von Marketing und Vertrieb	77
Lars Binckebanck Erfolgsfaktoren des Key Account Management im internationalen Benchmark	89
Bernd Becker, Ralph P. Caba Erfolg durch Fokussierung: Wissensbasierter Flottenvertrieb in der Automobilbranche.....	109
Maren Wunderlich, Torben Leif Brodersen Relationship Management in Franchisesystemen.....	119
Bernd Becker, Günther Blaich, Oliver Mihm, Jan Spelsiek Wissensmanagement im Finanzdienstleistungsvertrieb	133
Jan B. Berentzen, Johannes Berentzen Promotions – Erfolgstreiber der Markenpolitik.....	147

Teil C: Ein Ausblick: How brands and sales interact

Hendrik Schröder, Andreas Rödl, Nina Schmiegelt Die Steuerung von Handelsmarken als Aufgabe des Category Managements.....	165
Rainer Olbrich Mehr Wettbewerbschancen für die industrielle Marke durch Aufhebung des Preisbindungsverbotes	181
Dieter Ahlert, Lars Köster Strategic Brand Coordination	195
Dieter Ahlert Markenmanagement, Marketing und Vertrieb	211
Herausgeberverzeichnis	231
Autorenverzeichnis	233
Literaturverzeichnis	239